

*Наталія Макогончук,  
канд. пед. наук, старший викладач кафедри психології,  
педагогіки та соціально-економічних дисциплін,  
Національна академія Державної прикордонної служби України  
імені Богдана Хмельницького,  
м. Хмельницький*

## **ВПЛИВ СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА НА ПОБУДОВУ ІДЕНТИЧНОСТІ**

Хоча природа і виховання відіграють чималу роль у формуванні нашої ідентичності, соціальні медіа та вплив суспільства на них є доповненням до цього процесу. **Ідентичність** – стосується того, як одержувач або аудиторія осмислює значення поданої інформації. Наша ідентичність формується нашою культурою, яка створює цілий ряд варіантів, що презентуються, вдосконалюються та переглядаються завдяки спілкуванню між людьми та обміну культурними об'єктами. Споживаючи та демонструючи певні комунікативні тексти та стратегії, кожна особистість претендує на певні позиції ідентичності та одночасно відкидає інші.

У традиційному розумінні ідентичності особистості формується через ідентичність суспільну, неважливо чи в процесі ідентифікації себе з певними групами, культурою, епохою, чи навпаки – відокремлення від них і пошуки власної оригінальності. Ганна Малевска-Пейр у своїй праці «Я серед своїх і чужих» перераховує притаманні ідентичності характеристики: з одного боку – структурний характер і змінність, а з іншого – цілісність і протяжність. Водночас зазначається той факт, що протяжність індивідуальної ідентичності залежить від оцінок ідентичності суспільної, а переривання такої протяжності є симптомами кризи [2, с. 215].

Платформи соціальних медіа мають все більше значення в нашому житті, оскільки вони є місцями, де ми «демонструємо» свій життєвий досвід. Соціальні медіа – це інтернет-ресурси, які дозволяють створювати профілі та фіксувати стосунки між користувачами [1, с. 211]. Вони також відображають різні виміри щодо нашого становища у віртуальному та

фізичному соціальному житті. Обидва ці фактори змушують людей виконувати роль певних персонажів на соціальній арені. Соціальна мережа в сучасному світі має більш глибокий вплив на суспільство ніж на традиційні ЗМІ. Соціальні медіа дозволяють виражати ідентичність, досліджувати та експериментувати. Ідентичність стає помітною через порівняння з іншими групами, і на цей процес соціального порівняння впливає мотиваційне бажання бачити власну групу, а отже, і себе в позитивному світлі.

Соціальні медіа користуються надзвичайно високим рівнем довіри з боку аудиторії (в середньому у декілька разів більшим, аніж традиційні ЗМІ та реклама). Тому вони активно використовується як у бізнесі (соціалізація брендів), так і в політиці, й сфері державного управління (проведення різноманітних інформаційних кампаній з широким охопленням аудиторії, формування віртуальних спільнот, фокус-груп та робота з ними, соціалізація онлайн-представництв державних органів та політичних (громадсько-політичних) сил тощо).

З іншого боку, в усьому світі соціальні мережі стають новою потужною силою для трафіку контенту традиційних ЗМІ, зокрема новинних ресурсів. За підрахунками компанії Nielsen, 60-65 % трафіку на новинних сайтах становить прямий трафік, а 35-40 % – переходи за посиланнями, зокрема за допомогою соціальних мереж. Таким чином, комунікація в соціальних медіа значною мірою базується на інформаційному продукті.

Соціальна ідентичність також пов'язана з мовою, яка є маркером групової відмінності. Саме цим і пояснюється бажання людей коригувати свої вербальні та невербальні стилі, щоб створювати і підтримувати позитивні ідентичності та бажаний рівень соціальної дистанції між собою та своїми співрозмовниками.

Спілкування в Інтернеті пропонує безліч способів зв'язку з іншими, зокрема, люди можуть використовувати або не використовувати свої справжні імена, відкривати безліч рахунків. Чимало людей відчувають потребу створити для себе віртуальну ідентичність, для того, щоб швидше досягти реального життя.

Разом з тим, потрібно зауважити, що соціальні мережі та їх доступність як посередника створюють проблеми для спілкування, які відрізняються від традиційних зустрічей віч-на-віч. Спілкування в Інтернеті позбавляє основних соціальних підказок, які ми можемо зрозуміти під час зустрічей наодинці, таких як зовнішній вигляд, жести та тон голосу.

Люди створюють ідентичні вистави відповідно до свого соціального середовища. Платформи соціальних медіа забезпечують опосередковані та контрольовані, через які альтернативні вистави можуть демонструватися іншим. Сайти соціальних мереж дають можливість людям приміряти різні ідентичності та взаємодіяти з іншими на основі цієї ідентичності. Вони дають користувачам можливість розкрити ті частини своєї особистості, які не прийнятні відповідно до соціальних норм. Хоча Інтернет спростив процес знайомства з іншими, він також має певний недолік, зокрема неправдиве подання. Використання нелегітимних особистих даних в Інтернеті може спричинити серйозне занепокоєння у користувачів, заподіяти емоційну шкоду та переживання людям, які відчують, що їх обдурили та принизили. Сучасні інформаційні технології, як і будь-які інші технології, можуть бути використані для образливих цілей, на зразок сексуальних домагань, сексуальних залякувань та інших форм гендерного насильства, спричинених словесними нападами або зловживанням фото, або відео. Молодь іноді використовує неконтрольований інтерактивний простір для відправки жорстоких повідомлень і принизливих фотографій своїх однолітків.

Отже, представлення соціальної ідентичності вимагає навмисного розвитку соціальної присутності в Інтернеті, щоб член спільноти міг «зобразити себе реальною людиною». А ставлення, сприйняття, поведінка та дії, які люди роблять в інтернет платформах формують соціальну ідентичність у соціальних медіа.

### **Список використаних джерел:**

1. Boyd D. M., Ellison N. B. Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*. 2008. № 13. С. 210-230.
2. Peyre H. Ja wśród swoich i obcych. Warszawa: Wydawnictwo Instytutu PAN, 1992.